

Corporate Profile 2024

Year Ended March 31, 2024

Contents

事業活動	2
エステーについて	3
事業の概況	9
経営を監督・支える仕組み	19
サステナビリティ活動	23
サステナビリティの概況	24
会社情報	27

(2024年5月23日現在)

編集方針

【対象組織】 本報告書の対象組織は、当社及び特に記載のない場合はエステー(連結)を表しています。その他、「エステーグループ」の記載はエステーグループ全体、「エステーグループ(国内)」はエステー(単体)及び国内グループ会社、「エステー(単体)」はエステー(単体)を表しています。

【対象期間】 2024年3月期(2023年4月1日～2024年3月31日)

グラフや表の年度表記については特に記載のない限り決算期(3月期)を表しています。

【将来見通しに関する注意事項】 本報告書には、将来の計画、戦略、業績などの記述が含まれております。これらは、現在入手可能な情報から当社が判断した見通しであり、今後の経済情勢、事業環境、需要、為替レートの変動などにより、これらの見通しと大きく異なる結果となる可能性があります。

【市場規模・マーケットシェア・季節指数】 株式会社インテージSRI+(金額ベース) 「脱臭剤」(冷蔵庫のみ) 2021年～2023年(3年間累計)、「食品用防虫剤」2019年～2023年(5年間累計)、「使いすてカイロ」(カイロ一般 目元用除く)2023年4月～2024年3月(1年間累計)、その他のカテゴリーの期間は2023年1月～12月(1年間累計)、「消臭芳香剤(車用込み)」(衣類用・ウイルス対策除く)、「防虫剤」(人形用除く)。

事業活動

エステルについて

Contents

- 1 特徴と強み 4
- 2 事業活動の概況 5
- 3 財務ハイライト1 6
- 4 財務ハイライト2（カテゴリー情報） . 7
- 5 非財務ハイライト（ESG情報） . . . 8

ニッチ特化型 生活日用品メーカー

《独自性の強いブランドを数多く保有》



当社最大の
メガブランド

《消臭力》



脱臭剤の
トップブランド

《脱臭炭》



お米の虫よけ
トップブランド

《米唐番》



衣類を守る
信頼のトップ
ブランド

《ムシューダ》



湿気とり
ブランド

《ドライペット》

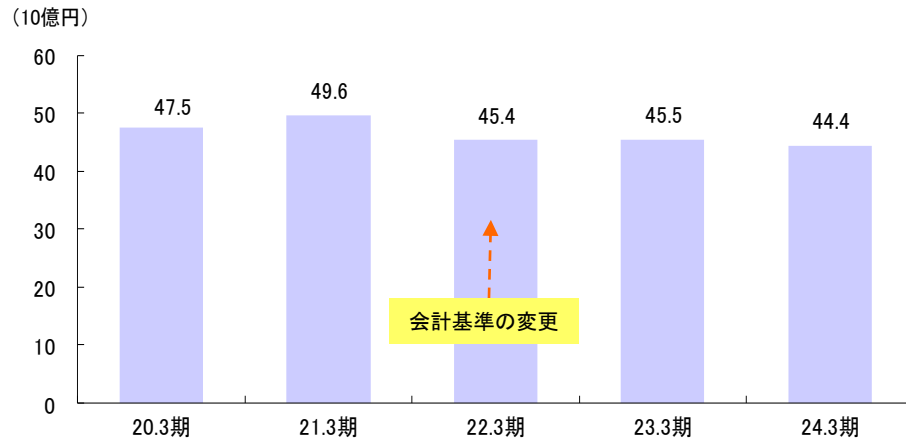
聞いてわかる、見てわかる、使ってわかる 《商品開発のキーワード》

事業活動の概況（At a Glance）

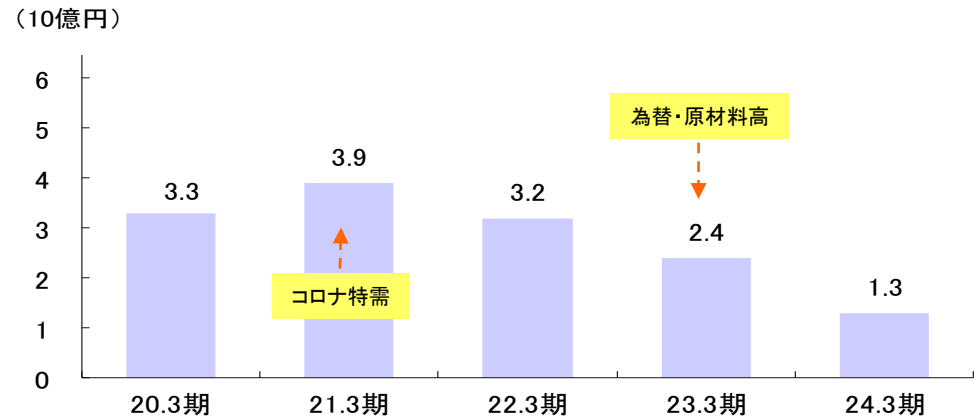


	事業内容	売上構成比	強み	マーケットシェア		特徴
既存事業	エアケア	45%	<ul style="list-style-type: none"> ・消臭力 ・脱臭炭 	消臭芳香剤 25% (3位)	脱臭剤 82% (1位)	<ul style="list-style-type: none"> ・成長ドライバー
	衣類ケア	16%	<ul style="list-style-type: none"> ・ムシューダ ・ネオパラ 	防虫剤 52% (1位)		<ul style="list-style-type: none"> ・利益の源泉 ・創業時からの事業
	サーモケア	9%	<ul style="list-style-type: none"> ・オンパックス ・On Style 	使いすてカイロ 14% (3位)		<ul style="list-style-type: none"> ・冬場の商材 ・売場コントロール
	ハンドケア	13%	<ul style="list-style-type: none"> ・ファミリー ・モデルローブ 	家庭用手袋 20% (2位)		<ul style="list-style-type: none"> ・創業時からの事業 ・業務用を販売
	湿気ケア	7%	<ul style="list-style-type: none"> ・ドライペット ・備長炭ドライペット 	除湿剤 32% (1位)		<ul style="list-style-type: none"> ・当社が創造した市場
	ホームケア	10%	<ul style="list-style-type: none"> ・米唐番 ・エスターペット 	食品用防虫剤 84% (1位)		<ul style="list-style-type: none"> ・育成中の新商品をまとめた部門
	グローバル対応強化	<ul style="list-style-type: none"> ・海外売上高比率6%。成長の柱として、グローバル対応を強化。 				
資本業務提携の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・フマキラー(株)、NSファーファ・ジャパン(株)と相互に補完・協力し、グループの発展・収益性の向上を図る。 					
新規事業の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・クリアフォレスト、ペットケア事業を育成。 					

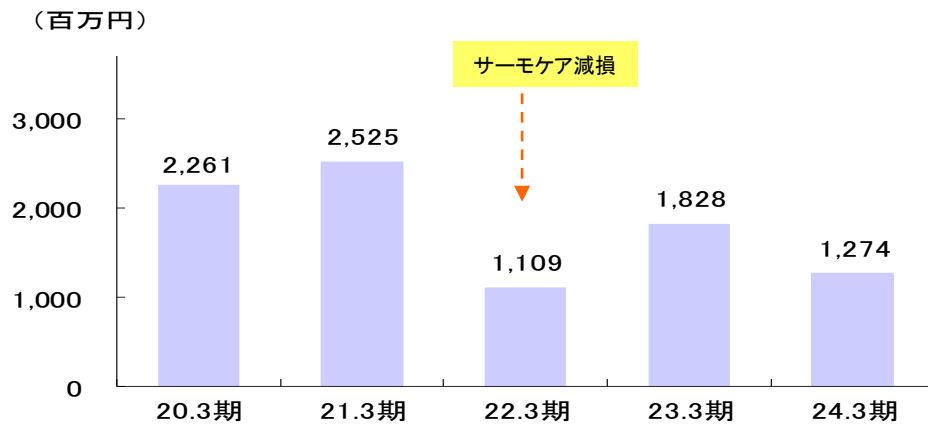
売上高



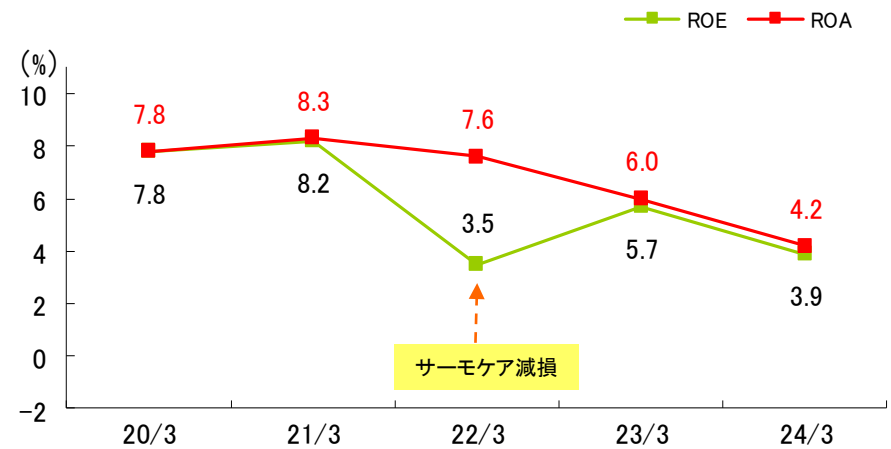
営業利益



親会社株主に帰属する当期純利益

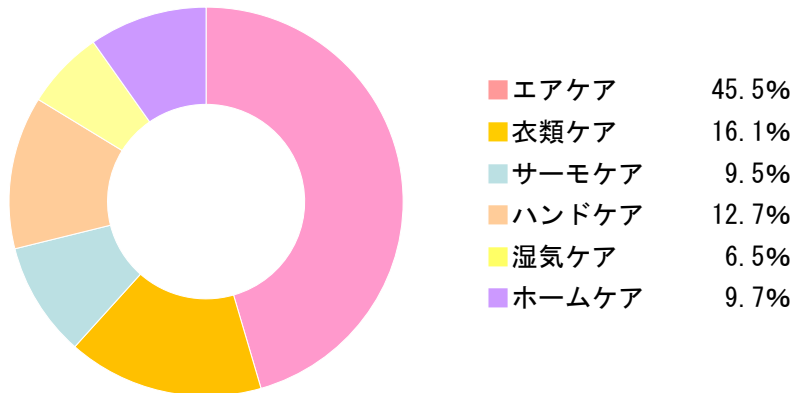


ROE / ROA



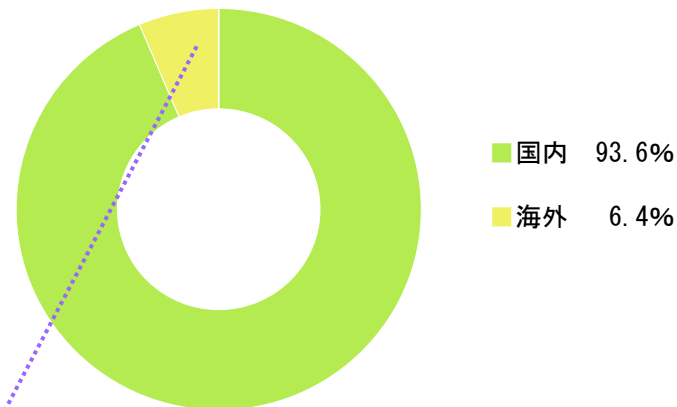
カテゴリー別の概況

《カテゴリー別売上高構成比》（2024年3月期）



地域別の概況

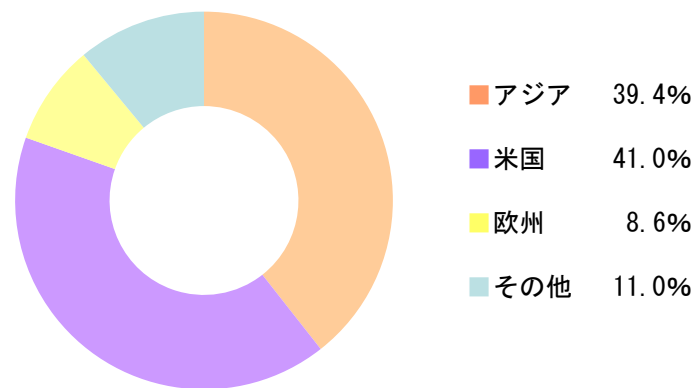
《地域別売上高構成比》（2024年3月期）



《市場別マーケットシェア》（2023年）

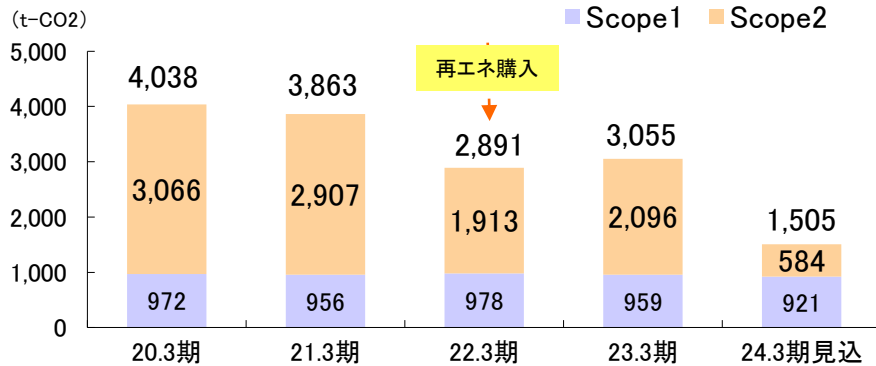
市場	マーケットシェア	順位
消臭芳香剤	25%	3位
防虫剤	52%	1位
除湿剤	32%	1位
脱臭剤	82%	1位
家庭用手袋	20%	2位
使いすてカイロ	14%	3位

《海外地域別売上高構成比》（2024年3月期 単体）



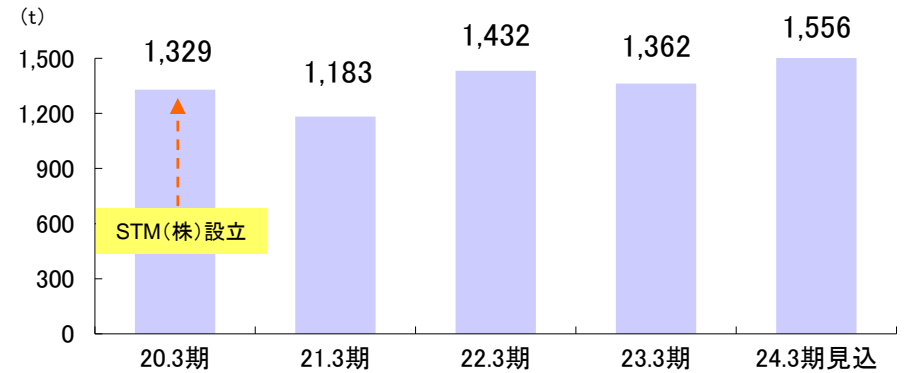
総CO2排出量(Scope1・2)

※ 対象組織はエスティーグループ(国内)
 ※ CO2総排出量はScope1、Scope2の合計
 ※ Scope2購入電力の算定において、基本的には電力メニュー別調整後排出係数を使用
 それ以外は全国平均排出係数を使用



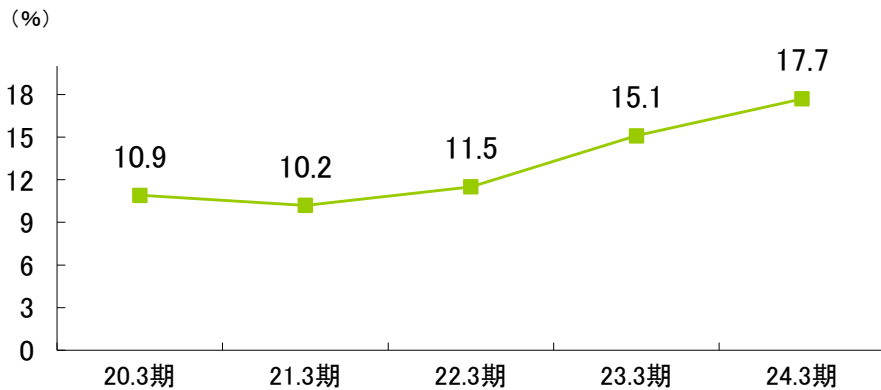
廃棄物総排出量

※ 対象組織はエスティーグループ(国内)。 ※ 数値は四捨五入。

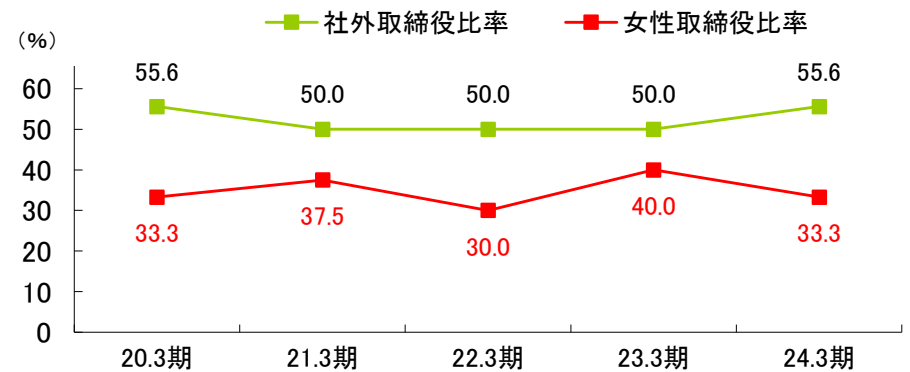


女性管理職比率

※ 対象組織はエスティーグループ(国内)。



社外取締役比率・女性取締役比率



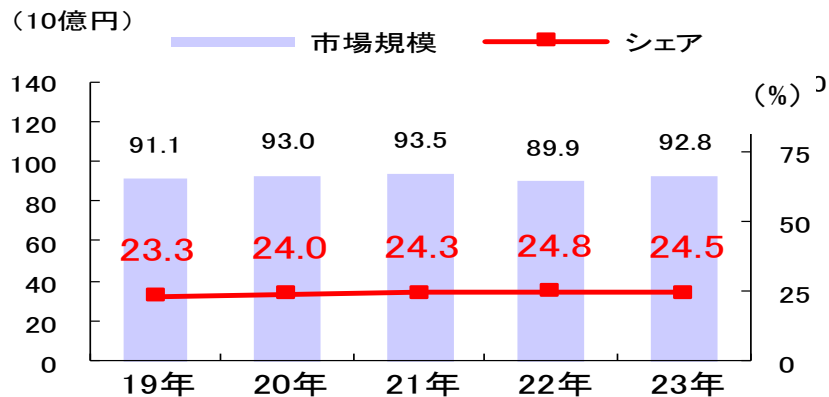
事業の概況

Contents

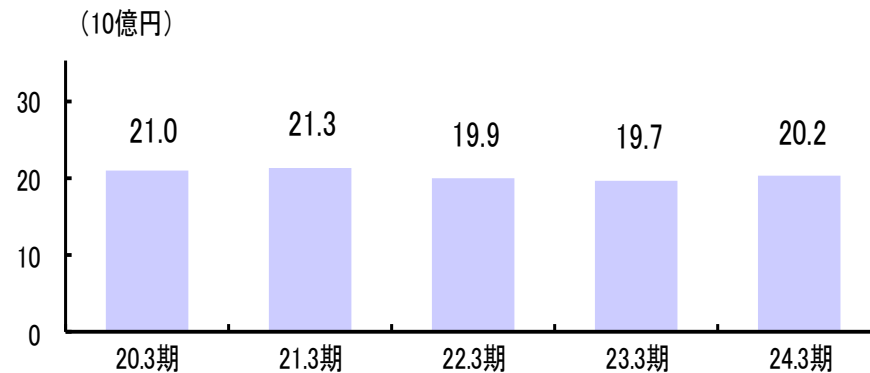
1	エアケア（消臭芳香剤・脱臭剤）	・ 10
2	衣類ケア（防虫剤）	・ ・ ・ ・ ・ 11
3	サーモケア（カイロ）	・ ・ ・ ・ ・ 12
4	ハンドケア（家庭用手袋）	・ ・ ・ ・ ・ 13
5	湿気ケア（除湿剤）	・ ・ ・ ・ ・ 14
6	ホームケア（その他）	・ ・ ・ ・ ・ 15
7	グローバル対応強化	・ ・ ・ ・ ・ 16
8	資本業務提携の推進	・ ・ ・ ・ ・ 17
9	新規事業の推進	・ ・ ・ ・ ・ 18

エアケア（消臭芳香剤・脱臭剤）

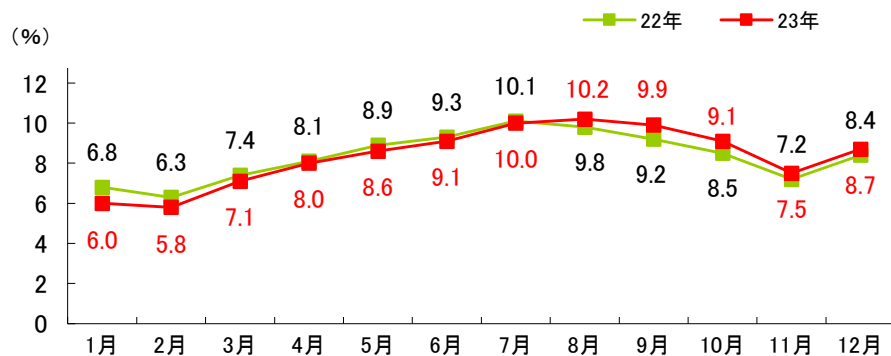
市場規模・シェアの推移（車用を含む、冷蔵庫用脱臭剤は除く）



売上高の推移



季節指数



事業の特徴・強み

※話題性が高くユニークなCMで効果的な宣伝活動を展開。



玄関・リビング用消臭カ
プレミアムアロマ



消臭カ
トイレ用スプレー



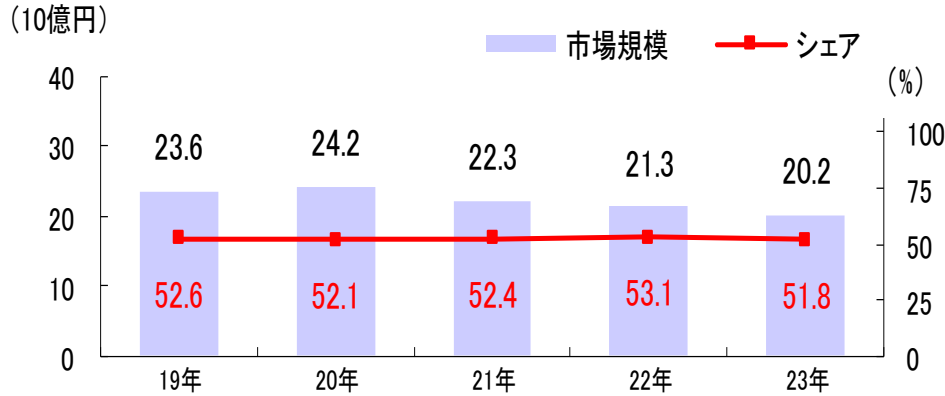
消臭カプレミアムアロマ
ForSleep
寝室用Stick



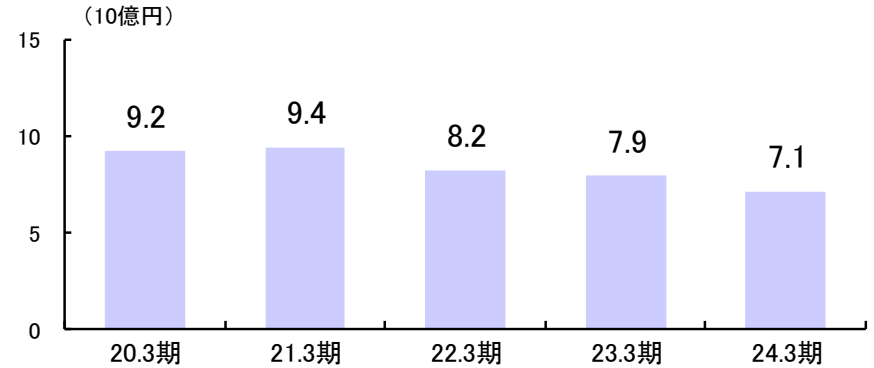
脱臭炭
冷蔵庫用

衣類ケア（防虫剤）

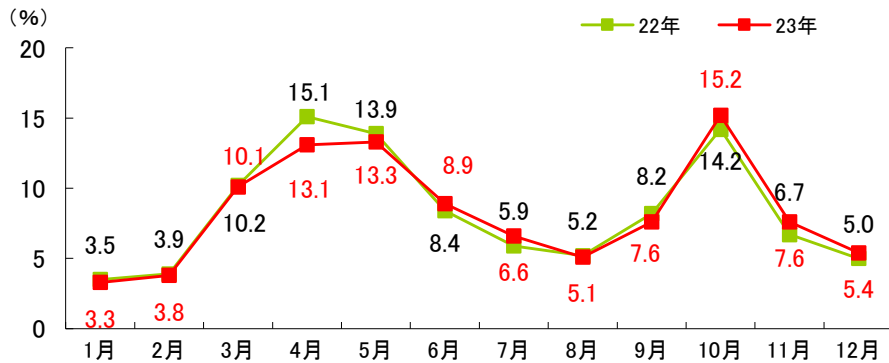
市場規模・シェアの推移



売上高の推移



季節指数



事業の特徴・強み

※話題性が高くユニークなCMで効果的な宣伝活動を展開。



ムシューダ
ダニよけ



ムシューダ
クローゼット用

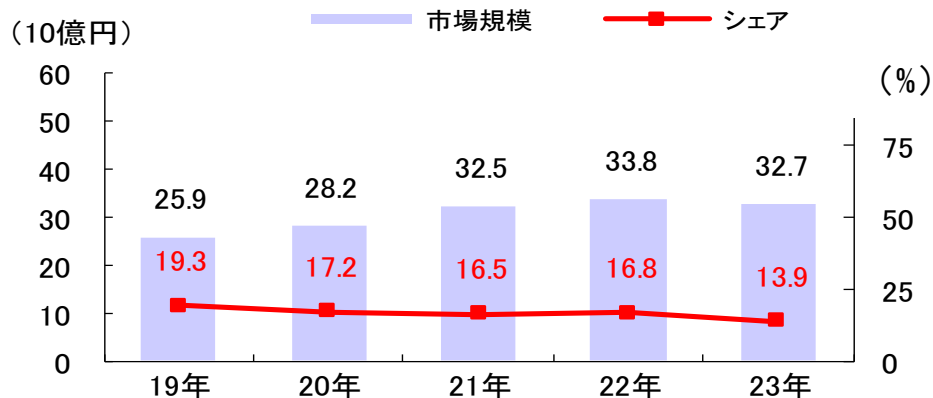


ムシューダ
防虫カパー

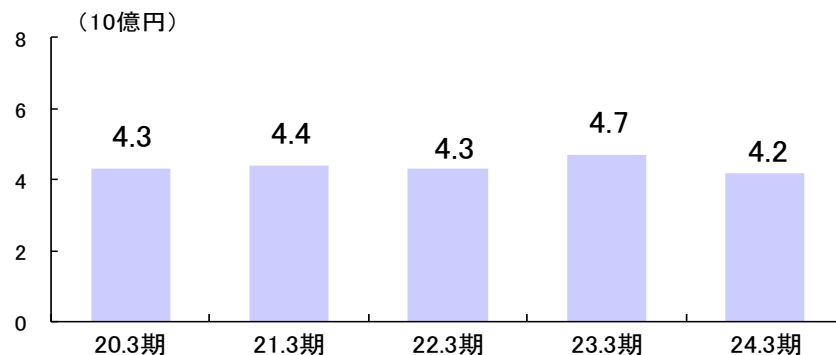


ムシューダ
Premium Aroma

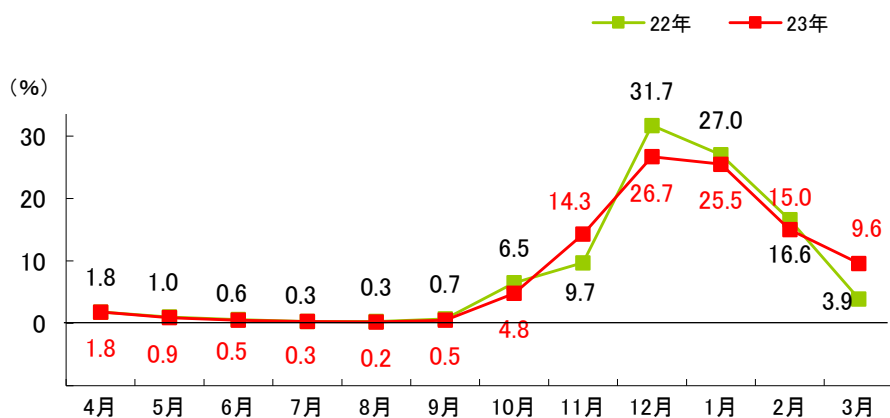
市場規模・シェアの推移（医療機器は除く）



売上高の推移



季節指数



事業の特徴・強み



貼る
オンパックス



貼らない
オンパックス



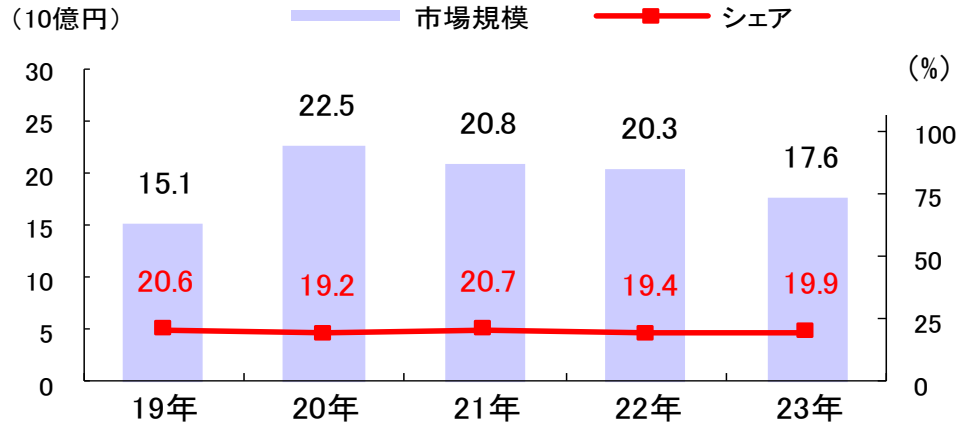
貼るオンパックス
くつ下用



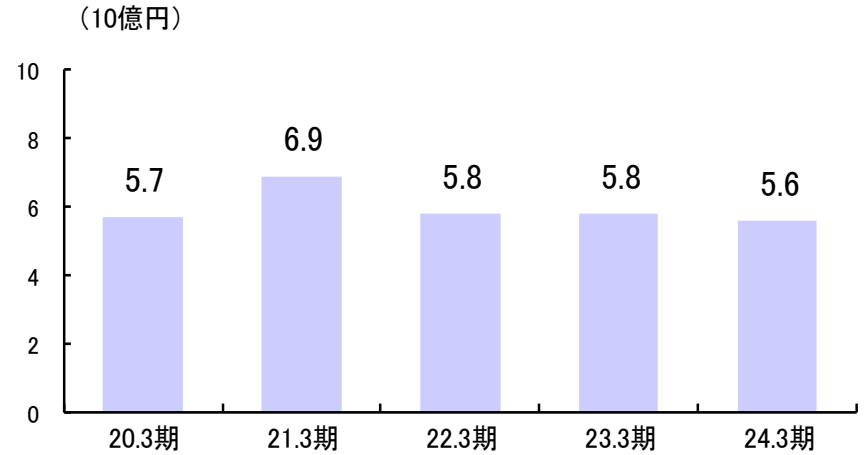
On Style
おなか用

ハンドケア（家庭用手袋）

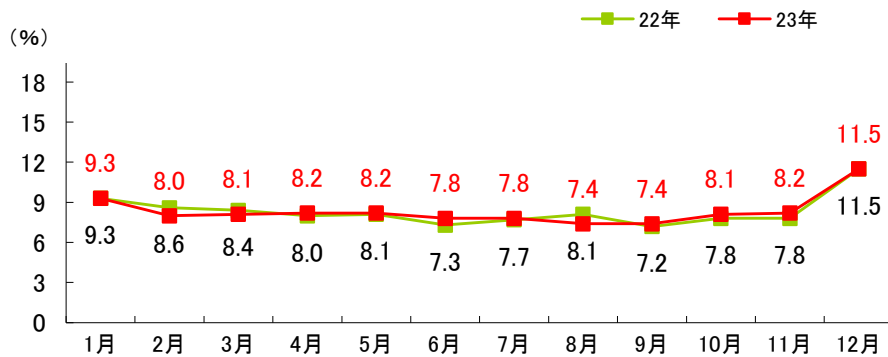
家庭用手袋の市場規模・シェアの推移



売上高の推移



季節指数



事業の特徴・強み



ファミリー
うす手タイプ



ファミリー
中厚手タイプ

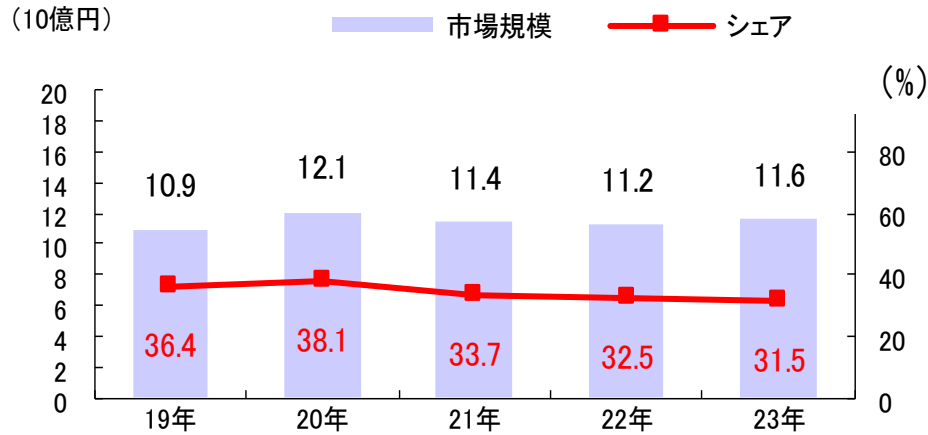


ファミリー
プリマ

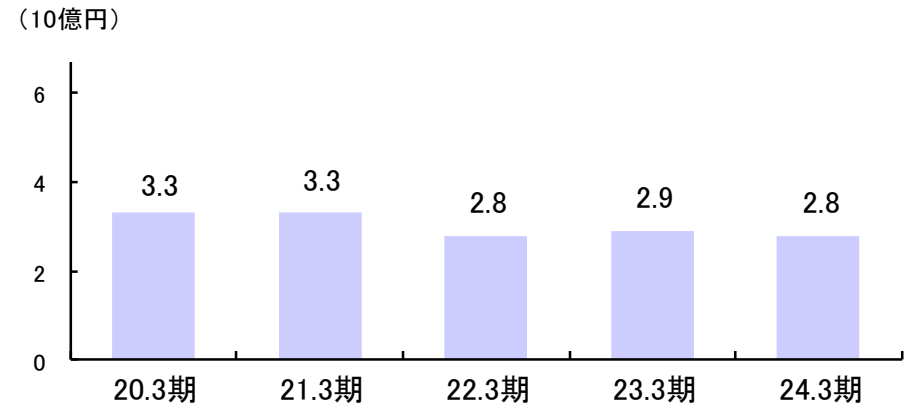


使いきり手袋
ポリエチレン
極うす手

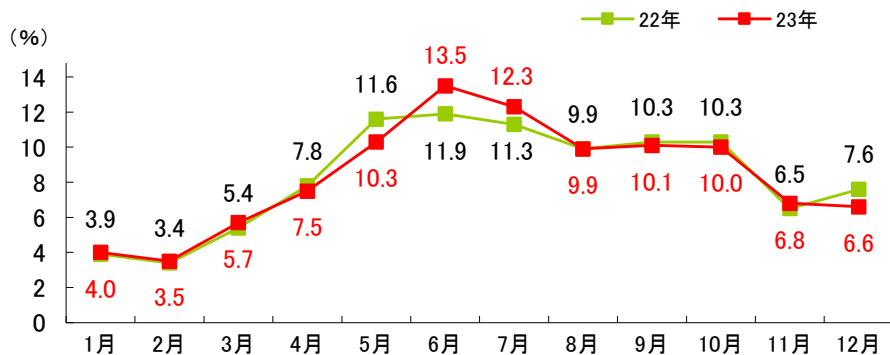
市場規模・シェアの推移



売上高の推移



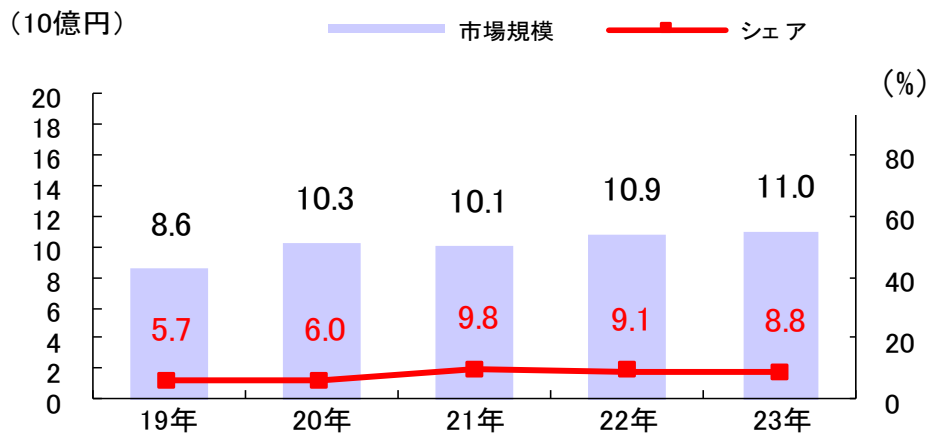
季節指数



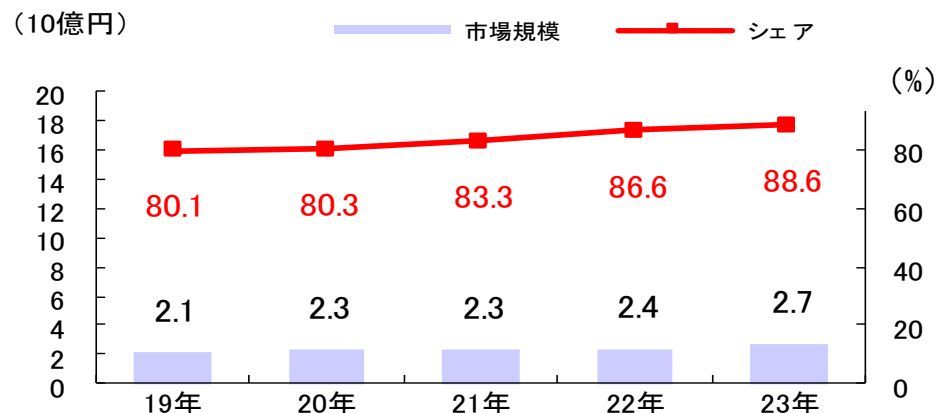
事業の特徴・強み



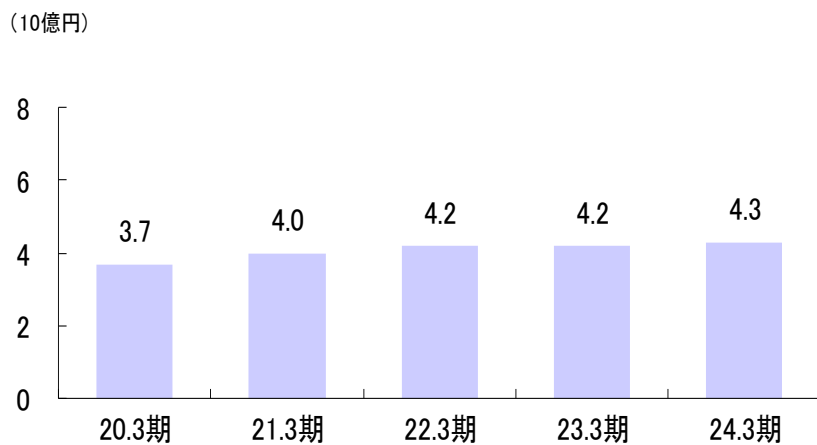
洗濯槽クリーナーの市場規模・シェアの推移



米びつ用防虫剤の市場規模・シェアの推移



売上高の推移

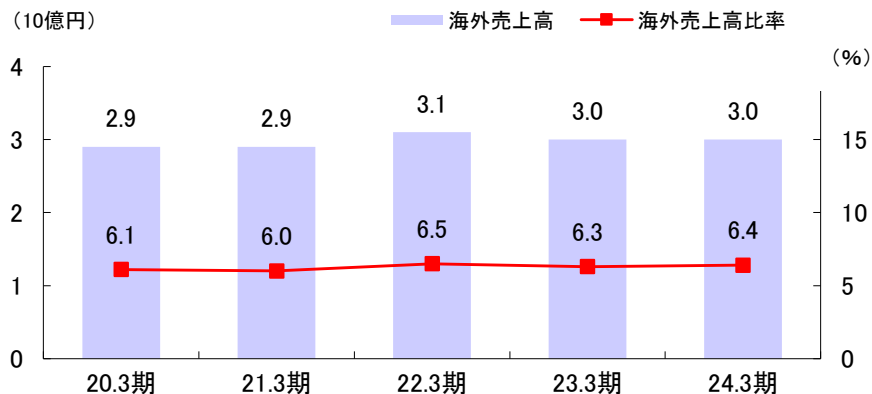


事業の特徴・強み

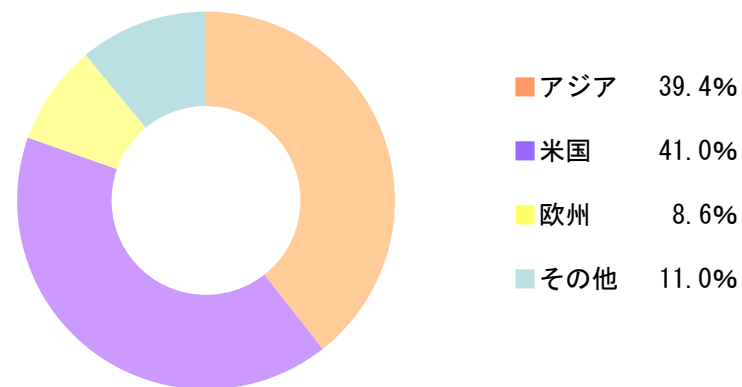


海外売上高と海外売上高比率の推移

※ 収益認識基準適用前にて比較。



海外地域別売上高構成比(単体) (2024年3月期)



海外拠点

国名	会社名	主な事業内容
① 韓国	愛敬S.T.(韓国)	消臭芳香剤・家庭用品等の販売
	エステー코리아コーポレーション(韓国)	消臭芳香剤の製造
② 台湾	ファミリーグローブ(台湾) ※1	手袋の製造・販売
③ タイ	S.T.(タイランド) ※2	手袋・消臭芳香剤の製造・販売
	シャルダン(タイランド)	消臭芳香剤・ホームケアの製造



※1: ISO14001、9001取得工場 ※2: ISO9001取得工場

3社の事業領域が互いに補完関係にあることを活かし、3社事業の発展・収益性の向上を図る。

業務提携の内容

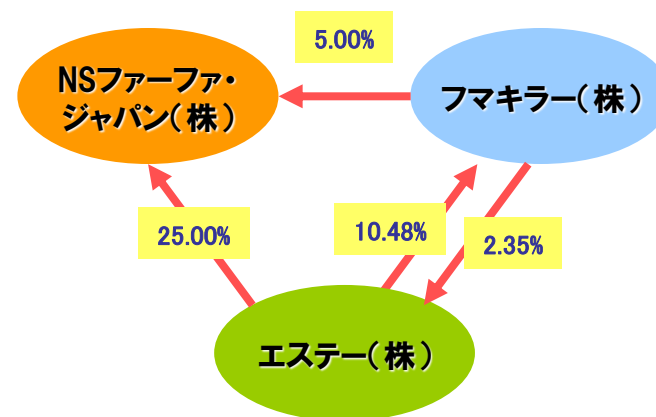
開発（3社の研究技術・開発ノウハウを活かした共同研究開発等）

営業（国内外のチャネルの相互活用、販売促進サポート・共同取り組み等）

調達（国内外の生産設備の相互利用、資材の共通化等によるコストダウン）

物流（物流インフラの共同利用によるコストダウン等）

その他



持ち株比率(2016年3月末現在)

	エステー(株)	フマキラー(株)	NSファーフア・ジャパン(株)
事業内容	消臭芳香剤・防虫剤・手袋・除湿剤等の製造販売	殺虫剤・家庭用品・園芸用品などの製造販売	衣類用洗剤・柔軟剤・パーソナルケア製品の製造販売
強み	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 消臭力 シリーズを保有 ◎ ムシューダ シリーズを保有 ◎ ドライペット シリーズを保有 <p>☆ No.1ブランドを多数保有</p> <p>☆ マーケティング力・営業力</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ ベープ シリーズを保有 ◎ 虫よけバリア シリーズを保有 ◎ カダン シリーズを保有 <p>☆ 優れた研究開発</p> <p>☆ 海外に強み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ ファーフア シリーズを保有 ◎ WORKERS シリーズを保有 ◎ make a new habit !シリーズを保有 <p>☆ 環境対応型商品の開発</p> <p>☆ 年間商材を多数保有</p>



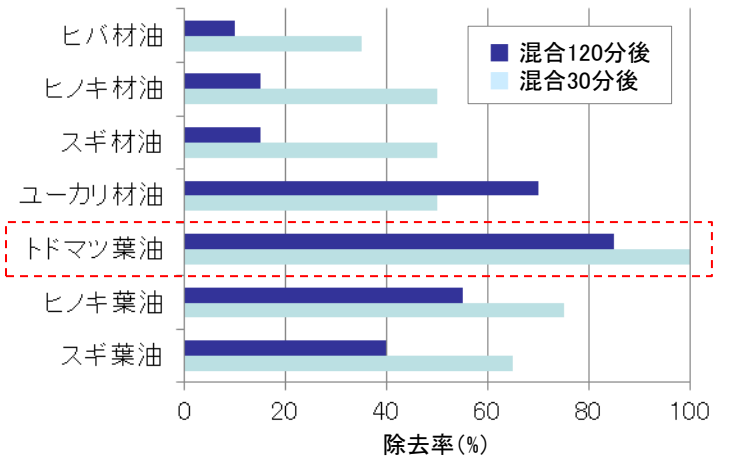
機能性樹木抽出液 4つの効果

- ・大気汚染物質の低減
- ・抗酸化機能
- ・消臭効果
- ・森林浴効果

研究機関や地域との協働で、社会・環境課題を解決する

グループ会社の日本かおり研究所株式会社は、国立研究開発法人 森林研究・整備機構 森林総合研究所と共同で、木々の持つ機能性樹木抽出液を研究・開発し、技術ブランド・クリアフォレストを立ち上げました。機能性樹木抽出液には、自動車の排ガス等に含まれ空気を汚染し喘息等の様々な健康被害の原因物質と言われている、二酸化窒素(NO2)等の環境汚染物質を低減するとともに、抗酸化機能や消臭効果、森林浴効果などがある事が分かっています。クリアフォレスト事業では、こうした汚れた空気を浄化する新しい価値を柱に、新規市場の創出、既存カテゴリーとの連携等を図っていきます。

樹木精油ガスによる二酸化窒素の除去能力比較



クリアフォレスト事業の概要

業務プロセス	残材の収集・搬出	粉碎・袋詰め	精油・精水抽出	品質管理	商品開発
業務内容	<ul style="list-style-type: none"> ・林地に放置されている枝葉(残材)を収集 ・搬出 	<ul style="list-style-type: none"> ・残材を選別し、抽出用の袋に詰める 	<ul style="list-style-type: none"> ・抽出 ・保管 	<ul style="list-style-type: none"> ・成分品質チェック ・規制物質チェック JIRA(香料) 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発、製造・販売
パートナー		(株)北都		日本かおり研究所(株)	エステー(株)
知的財産	林地残材搬出など		抽出装置など	成分など	

経営を監督・支える仕組み

Contents

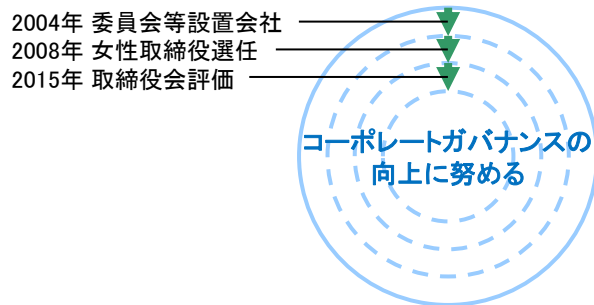
- 1 コーポレートガバナンス 1 20
- 2 コーポレートガバナンス 2 21
- 3 リスク管理・コンプライアンス 22

企業と社会の持続的な相乗発展を監督する仕組み

私たちは、経営の透明性・公正性を確保し、積極的な意思決定を支援するとともに適切な情報開示を行う環境を整えることが重要であると認識しています。株主をはじめ、社会・環境から貴重な経営資源を預かっていることを認識し、ステークホルダーの皆様と協働して、社会・環境の持続可能な発展と中長期的な企業価値の創造を図り、説明責任を果たしていきます。

《コーポレートガバナンス体制の変遷》

2004年6月には、取締役会の監督機能を高め、経営の質の向上、迅速な意思決定、機動的な業務執行を強化するために、透明性・公正性の高い委員会等設置会社に移行し、社外取締役を過半数としました。2008年6月には、初めて女性取締役を選任し、2024年6月には女性取締役比率22%となります。さらに、経営・マーケティング・会計・法務など多様な知識・経験・スキルを持った社外取締役を選任しています。2015年からは、さらなる実効性を高めるための取締役会評価も実施しています。



《役員報酬》

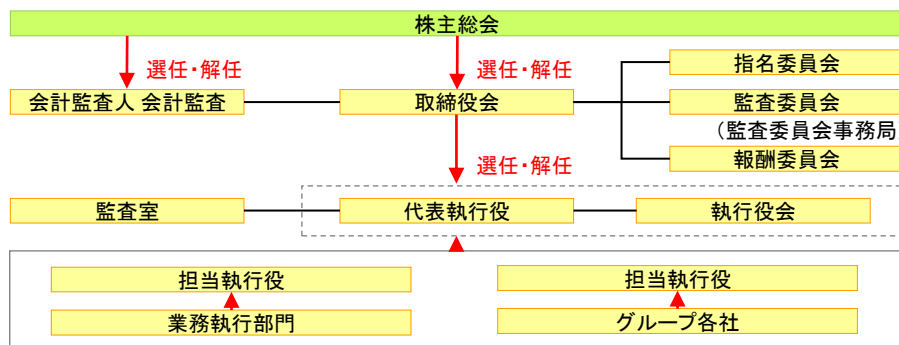
報酬委員会が方針を定め、決議します。中長期的な企業価値の継続的な向上を目的に、役員と株主との利益の一致を図り、執行役に対して毎期業績に連動してポイントを付与すると同時に、中長期インセンティブとして退任時に株式を給付する株式報酬制度を取っています。(2015年4月30日の報酬委員会で改定)

《コーポレートガバナンスの概要》

(2024年3月期)

ガバナンス形態	指名委員会等設置会社
取締役の人数	9人
社外取締役の人数	5人(55.6%)
独立社外取締役の人数	5人(東京証券取引所指定として届出)
取締役会のダイバーシティ	女性取締役3人(33.3%)
取締役会の年間開催数	13回
取締役会の平均出席率	100%
取締役の任期	1年
取締役会議長とCEO	兼任
指名委員会	5人(社外:3人・委員長:社外・開催数:7回)
監査委員会	5人(社外:5人・委員長:社外・開催数:6回)
報酬委員会	4人(社外:3人・委員長:社外・開催数:6回)

《コーポレートガバナンスの体制》



《取締役会の構成》

(2024年6月18日予定)

取締役	指名	監査	報酬	
取締役会議長	○			上月 洋 ◎
取締役				西田 誠一 ◎
取締役	○		○	吉澤 浩一 ◎
取締役				山本 一成 ◎
取締役(社外) ☆	○	○	○	前田 新造
取締役(社外) ☆	●	○	○	岩田 彰一郎
取締役(社外) ☆	○	●		野田 弘子
取締役(社外) ☆		○		和智 洋子
取締役(社外) ☆		○	●	宮永 雅好
9名(社外5名)	5名	5名	4名	

●:委員長 ○:委員 ◎:執行役兼務 ☆:独立社外取締役

《執行役の管掌》

(2024年6月18日予定)

執行役	担当	
代表執行役社長	経営全般担当 兼 新規事業開発室担当 兼 戦略投資室担当 兼 お客様相談室担当	上月 洋 ◎
執行役副社長	CDO※1 兼 企業価値創造本部担当	西田 誠一 ◎
常務執行役	経営統括本部管掌※2 兼 関係会社担当	吉澤 浩一 ◎
執行役	第2事業本部担当 兼 マーケティング企画本部担当 兼 海外事業本部担当 兼 第2事業本部 本部長 兼 マーケティング企画本部 本部長 兼 第2事業本部 かおり事業開発部 部長	山本 一成 ◎
執行役	経営統括本部担当 兼 経営統括本部 本部長	橋本 成明
執行役	製造本部担当 兼 品質統括本部担当	内藤 英紀
執行役	第1事業本部担当 兼 R&D本部担当	前田 陽介
執行役	営業本部担当 兼 営業本部 本部長	高山 幸宏

◎:取締役兼務

※1:Chief Digital Officer

※2:管掌役員は、本部を統括し本部担当役員に必要な指示を行うものであり、個別の決裁権限を有しない。

コンプライアンス

《コンプライアンスの考え方》

コンプライアンスは、企業活動のみならず社会活動を行う上での基盤であり、それなくしてお客様の快適で豊かな暮らしも、企業の存続もありません。当社グループは、法令にとどまらず社内外の諸規則・倫理・社会規範を遵守し、経営理念・行動規範の実践により社会的要請に適合した行動をとるとともに当社グループに寄せられる期待に応えることにより、すべてのステークホルダーからの信頼の維持・向上と世界中のお客様や社会から愛される会社を目指しています。

《コンプライアンスの体制》

コンプライアンス管理体制は、人権の取り組みとともに管理する人権コンプライアンス委員会を設け、すべてのリスクを一元管理するサステナビリティ会議のもとに設置しています。

役割と責任については、委員長は人事と法務などを統括する企業価値創造本部担当執行役が務め、コンプライアンスに関するリスクを管理します。メンバーは主に当社グループの各部署の責任者で構成されています。事務局は人事総務部が主管し、運営・サポートと当社グループ全体への啓発と教育を行います。

報告については、年5回、人権コンプライアンス委員会を開催し、審議・決定された事柄について委員長がその活動内容をサステナビリティ会議に報告するとともに、委員会の活動状況について監査委員会に報告しています。

検証については、監査室室長が務め、代表執行役社長および監査委員会に報告します。必要に応じて担当執行役に指摘および提言を行います。

内部統制

当社グループの内部統制については、財務報告の信頼性を確保すること、組織の業務の適正性および効率性を確保すること、企業活動に関わる法令や社内の諸規則などを遵守すること、当社グループ全体の業務の適正を確保するために必要な体制を整備するとともに、改善を継続的に行います。

リスクマネジメント体制

《リスクマネジメントの考え方》

当社グループは、企業を取り巻く多様な経営リスクを未然に防止するとともに、万一の被害を最小限に抑えるためにリスクマネジメントを行います。近年はサステナビリティに関する時代からの要請の高まりにより、企業を取り巻く経営リスクはさらに増大しています。当社グループではそうしたリスクに対して、適切に管理することにより自社の持続的な成長と企業価値の向上を実現します。

《リスクマネジメントの体制》

リスクマネジメントの組織体制は、執行役会の直下にサステナビリティ会議を設け、そのもとに各 이슈別のリスクを管理する会議体としてリスク管理委員会、環境委員会、人権コンプライアンス委員会、衛生委員会、PL委員会の各委員会を設置しています。

サステナビリティ会議の役割と責任については、議長は代表執行役社長が務め最高責任者としてすべてのリスクを管理します。メンバーは執行役が務め、リスクの特性に応じて担当執行役が対応します。サステナビリティ会議の事務局は経営企画部が主管し、運営・サポートを行います。報告については、四半期毎にサステナビリティ会議を開催し審議・決定された事柄を、議長が取締役会に報告します。検証については、監査室室長が務め、代表執行役社長および監査委員会に報告します。必要に応じて担当執行役に指摘および提言を行います。



サステナビリティ活動

サステナビリティの概況

Contents

- 1 経営理念・社是・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
- 2 主な施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26

社是

誠実

経営理念

1. 社会に対する奉仕と信頼を使命とし、絶えず製品の改良を図り、顧客に最も信頼され得る製品または異色ある製品たらしめること。
2. 企業の永遠の繁栄を図り、従業員が希望と誇りを持ち、一生を賭して悔ゆるところなき職場たらしめること。
3. 常に和と礼儀を重んじ、お客様をはじめとした様々な関係者、さらには社会全般から最も信頼され得る最高の会社たること。

企業スローガン

空気をかえよう
お部屋の、暮らしの、空気をかえたい。
お店の、売場の、空気をかえたい。
そして、日本の、社会の、空気までもかえたい。
そのために、まず、私たちの、空気をかえます。
私たちは、研究・商品で、空気をかえます。
私たちは、営業・販売で、空気をかえます。
私たちは、広告・宣伝で、空気をかえます。
エステーは、挑戦し、提案します。
そして、空気をかえます。

社名の由来

《名前の由来》

社名は、経営理念にある「社会に対する奉仕(SERVICE)と信頼(TRUST)を信条とし、製品については最高(SUPERTOP)を求める事」よりエステー(ST)と命名しました。

《ヒヨコマーク》

おなじみのヒヨコマークは、エステーグループのシンボルとして多くの皆様に愛されています。このマークは、元気さ、さわやかさ、誠実さ、謙虚さ、そして常に上を向いて歩くという挑戦する姿勢を表しています。

《空気をかえよう》

2006年、創業60周年を迎えたことを機に、新たな企業スローガンとして「空気をかえよう」というメッセージを掲げました。これには、すべての事業活動において、より創造的・革新的な取り組みに挑戦し、世の中の空気までも変えたいという思いが込められています。



	重要課題	テーマ	KPI	2024.3期 実績	2025.3期 目標
ビジネス	消費者の価値観、ライフスタイルの変化への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・天然 X 機能性を有するエアケア中核技術「クリアフォレスト」を活用した商品開発の強化 ・新機軸によるビジネスモデル・エコシステムなどの開発を強化 		<ul style="list-style-type: none"> ・「エステーペット」のラインナップを拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・「ニャンとも」発売を開始
環境	脱炭素社会への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・気候変動 	<ul style="list-style-type: none"> ・総CO2排出量の低減 	<ul style="list-style-type: none"> ・Scope1・2: 1,506 t-CO2 見込 	<ul style="list-style-type: none"> ・Scope1・2: 1,007 t-CO2 目標 ・Scope3算定を着手
	資源枯渇・サーキュラーエコノミーへの対応	<ul style="list-style-type: none"> ・資源循環 	<ul style="list-style-type: none"> ・廃棄物総排出量の低減 	<ul style="list-style-type: none"> ・1,556t 見込 	<ul style="list-style-type: none"> ・プラスチック量の開示
社会	人権問題に関するビジネスリスクへの対応	<ul style="list-style-type: none"> ・人権 	<ul style="list-style-type: none"> ・方針・マネジメント体制を整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・社内に教育・啓発を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・社内に教育・啓発を実施
	多様な従業員が、遣り甲斐を持ち、安心して働ける労働環境の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・労働安全衛生 	<ul style="list-style-type: none"> ・長時間労働の低減 	<ul style="list-style-type: none"> ・1人当たり年間総実労働時間: 1,690 hの水準 	<ul style="list-style-type: none"> ・1人当たり年間総実労働時間: 1,700 hの水準
		<ul style="list-style-type: none"> ・ワークライフバランス 	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフステージの変化に対応した働きやすい職場づくりを推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・年次有給休暇取得率: 73 % 	<ul style="list-style-type: none"> ・年次有給休暇取得率: 75 %
		<ul style="list-style-type: none"> ・ダイバーシティ・インクルージョン 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性が活用できる諸制度の整備と職場環境づくりの推進強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性管理職比率: 17.7 % 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性管理職比率: 20 %
		<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成・能力開発 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規ビジネスを創出・遂行する人材育成の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代変革プログラムを継続 	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代変革プログラムを継続
	サプライチェーンにおけるESGリスク管理の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・責任ある調達 	<ul style="list-style-type: none"> ・方針・マネジメント体制を整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・CSR調査のマネジメントガイドラインを拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・主要取引先にCSR調査を実施
メント	法令を越えた社会の要請への対応	<ul style="list-style-type: none"> ・ステークホルダーエンゲージメント 	<ul style="list-style-type: none"> ・ステークホルダーの声を経営に反映できる推進体制を整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・有識者ダイアログを実施 ・統合報告書を拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・有識者ダイアログを実施 ・統合報告書を拡充

会社情報

Contents

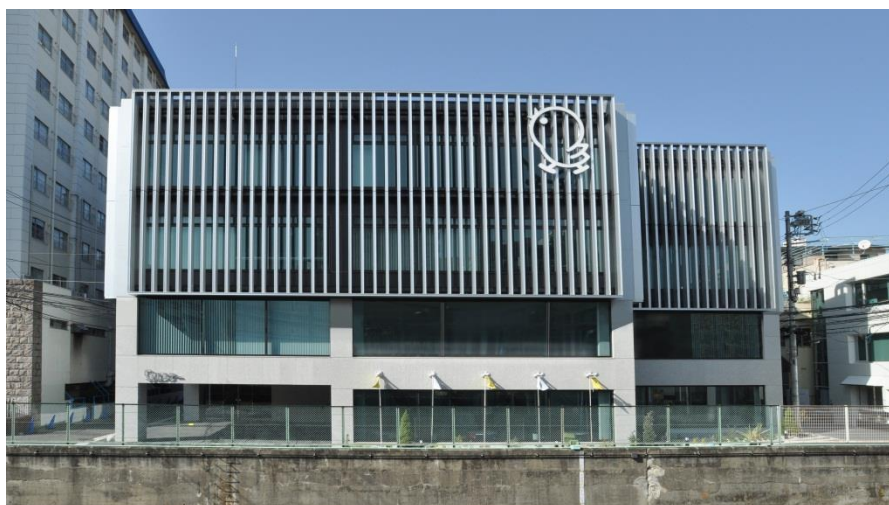
1	会社概要	28
2	ロケーション	29
3	沿革（創業～2000年）	30
4	沿革（2001年～2010年）	31
5	沿革（2011年～）	32

(2024年3月31日現在)

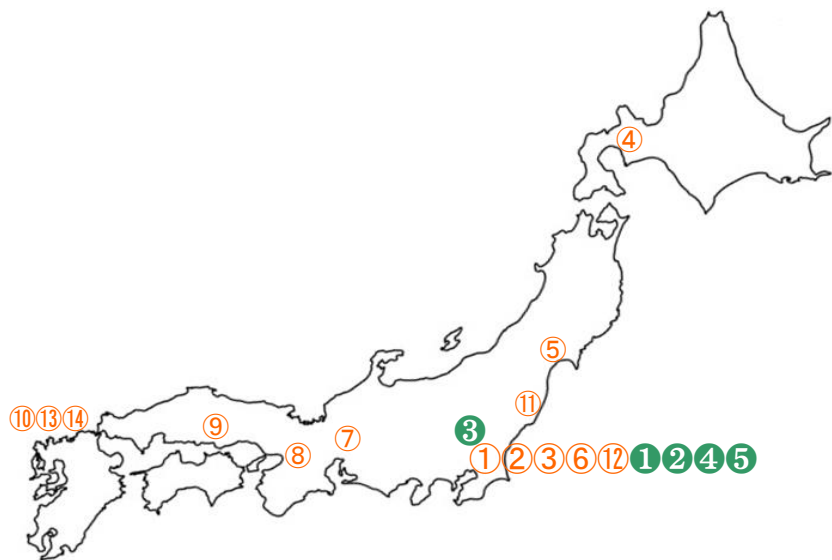
社名：	エステー株式会社 (英文社名：S. T. CORPORATION)
本社所在地：	〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10 TEL. 03 (3367) 6111 (代)
設立：	1948年8月31日
決算期：	3月31日
資本金：	70億6,550万円
従業員数：	連結 827名 / 単体 438名 (パートタイマー・嘱託を除く)
上場証券取引所：	東京証券取引所 プライム市場

(2024年3月31日現在)

関係会社：	連結子会社：
	・ エステーPRO (株)
	・ エステービジネスサポート (株)
	・ エステーマイコール (株)
	・ S. T. (タイランド)
	・ ファミリーグローブ (台湾)
	・ エステー코리아コーポレーション (韓国)
	・ シャルダン (タイランド)
	非連結子会社で持分法非適用会社：
	・ 日本かおり研究所 (株)
	・ (株) コードミー
	関連会社で持分法適用会社：
	・ 愛敬S. T. (韓国)
	・ NSファーファ・ジャパン (株)



本社 (STR CENTER)



事業所	
① 本社 (STRセンター)	⑧ 近畿支店
【研究拠点】	⑨ 中四国支店
② R&Dセンター	⑩ 九州支店
【営業拠点】	【製造拠点】
③ 量販第1・2部	⑪ 福島工場
④ 北海道営業所	⑫ 埼玉工場
⑤ 北日本支店	⑬ 九州工場
⑥ 首都圏支店	⑭ 九州工場 小倉事業所
⑦ 中部支店	

国内の主なグループ会社
① エステーPRO(株)
② エステービジネスサポート(株)
③ エステー マイコール(株)
④ 日本かおり研究所(株)
⑤ (株)コードミー

海外の主なグループ会社
⑥ S.T.(タイランド)
⑦ ファミリーグローブ(台湾)
⑧ エステー코리아コーポレーション(韓国)
⑨ シャルダン(タイランド)
⑩ 愛敬S.T.(韓国)

沿革（創業～2000年）

会社の動き	消臭芳香剤・脱臭剤	防虫剤	除湿剤	手袋・カイロ・その他
1946年 エステー化学工業所創立 1948年 エステー化学工業(株)設立 		1946年 防虫剤生産開始 創業当時「水晶脳」 		1960年 家庭用手袋 「ジャブ・ファミリー」 
1964年 埼玉県本庄市に埼玉工場設立				
1974年 福島県いわき市にいわき工場設立 	1971年 消臭芳香剤 「エアージャルダン」 「シャルダンエース」 1978年 消臭芳香剤 「シャルダンリキッド」 	1976年 「ネオパラコーナー」 1977年 「ネオパース」 1979年 「ネオパラエース」 		
1982年 エステー化学(株)へ商号変更 1984年 日本証券業協会店頭登録銘柄として株式公開 1986年 東京証券取引所市場第二部に株式上場 1988年 合弁会社ファミリーグローブ(タイランド)設立 合弁会社ファミリーグローブ(台湾)設立 合弁会社シャルダン(タイランド)設立 福岡県北九州市に門司(九州)工場設立 1989年 エクセルプロダクツ(アメリカ)買収	1983年 消臭芳香剤 「マイシャルダン」 「シャルダンステンド」 	1988年 「ムシューダ」 	1981年 「ドライベツト」  1984年 「ドライベツト 洋服ダンス用」 1988年 「ドライベツト スキツ」 (使いすて) 	
1991年 東京証券取引所市場第一部に指定 1993年 合弁会社シャルダン(フィリピン)設立 1994年 エクセルプロダクツ(アメリカ)売却 1995年 (株)ジャパン・コーポレーション設立 1998年 「コンパクトで筋肉質な会社」 「絞り込みと集中」改革始動(鈴木喬社長) 1999年 大阪府吹田市に大阪支店を移転 2000年 エステートレーディング(株)分社化	1999年 消臭芳香剤「消臭ポツト」 2000年 消臭芳香剤「消臭力」 脱臭剤「脱臭炭」 	1994年 「ムシューダ 防虫カバー」 1997年 「ムシューダ クローゼツト用」  2000年 「ムシューダ 1年防虫」 		1994年 クリーナー「ウルトラパワーズ 洗たく槽クリーナー」 

沿革（2001年～2010年）

会社の動き	消臭芳香剤・脱臭剤	防虫剤	除湿剤	手袋・カイロ・その他
2001年 エステーR&Dセンター設立 2002年 国内3工場5拠点を3拠点へ集約	2001年 プラグ式電子消臭芳香器 「消臭プラグ」			
2003年 エステーオート(株)分社化 マイコール(株)と販売業務提携 2004年 「空気をかえよう」プロジェクト開始 日本かおり研究所(株)設立 住友スリーエム(株)と販売業務提携 委員会等設置会社へ移行 スリーエム・エステー販売(株)設立 2005年 フマキラーインドネシア生産・販売 (消臭芳香剤) エステービジネスサポート(株)設立 2006年 米国ウォルマート・ストアーズでの販売開始 (除湿剤・脱臭剤)	2005年 除菌・消臭ミスト 「エアウォッシュ」 2006年 プラグ式電子消臭芳香器 「光る消臭プラグ」	2003年 「ムシューダ まとめてカバー」	2002年 「ドライペット コンパクト」 2004年 「備長炭ドライペット」 2005年 「備長炭ドライペット くつ用」	2003年 米びつ用防虫剤「米唐番」 カイロ「オンパックス」
2007年 韓国の愛敬産業(株)および 韓国伊藤忠(株)と業務提携 合併会社愛敬S.T.(株)設立 エステー코리아 コーポレーション設立 新体制に伴う組織改革(小林社長) エステー(株)商号変更	2008年 電池式自動消臭スプレー 「自動でシュバッと消臭プラグ」	2007年 「ムシューダ ウォークイン クローゼット専用」	2006年 「備長炭ドライペット ふとん快適シート」	2007年 クリーナー 「パワーズ重曹ブラッシュ」 2008年 食洗機専用洗剤 「FRESH-UP」
2009年 「デザイン革命」「現場革命」始動(鈴木喬社長) 2010年 「フレグランス革命」 「営業革新」始動 フマキラー(株)と資本業務提携 住友スリーエム(株)と 販売業務提携解消	2009年 デザイン革命でデザインを一新 「自動でシュバッと消臭プラグ」 「消臭プラグ」 2010年 スティック式芳香剤 「マイアロマスティック」 消臭芳香剤 「ゴミ箱の消臭力」	2010年 「かおり ムシューダ」	2010年 「備長炭ドライペット ブーツ用」	2010年 イオン発生機 「ウィルスアタッカー」 くつクリーナー 「おひさまの洗たく」 タンク洗浄剤 「タンクの消臭ポット」

沿革 (2011年～)

会社の動き	消臭芳香剤・脱臭剤	防虫剤	除湿剤	手袋・カイロ・その他
2011年 クリアフォレスト 事業開始 	2011年 コバエよけ消臭芳香剤 「ゴミ箱の消臭力 コバエよけ効果プラス」 消臭芳香剤「ぶくポン」  			2011年 電池式自動虫よけスプレー 「自動でシュバツと虫よけ」 家庭用放射線測定器 「エアカウンター」  
2012年 NSファーファ・ジャパン(株)と 資本業務提携(米田社長) 	2012年 消臭芳香剤 「クルマの消臭力」 			2012年 家庭用放射線測定器 「エアカウンター-S」 アロマ加湿器 「モイストベツト」 
2013年 本社(STRセンター)竣工 (鈴木貴子社長) 2014年 合併会社ファミリーグローブ (タイランド)をS.T.(タイランド) へ社名変更 エステーオート(株)吸収合併 	2014年 消臭芳香剤 「クルマの消臭力」 2015年 消臭芳香剤 「シャルダNSTEキプラス」 「消臭力Premium Aroma」 		2014年「ドライベツト スピード吸湿」 	2013年 空気浄化剤 「クリアフォレスト クルマ」 
2015年 (株)ジャパン・コーポレーション吸収合併 (事業部制) 	2016年 消臭芳香剤 「消臭力 クエン酸プラス」 「消臭力 ウィルス除去プラス」 	2018年「ムシューダBOTANICAL」 2019年「ムシューダPremiumAroma」  	2016年「ドライベツト乾燥キーパー」 	2018年 花粉対策「Mori Labo」 カイロ「On Style」 
2018年 エステー マイコー(株)設立 2019年 ZETA S.R.L.(イタリア)買収	2017年 脱臭剤「脱臭炭 ニオイとり紙」 消臭芳香剤 「消臭力 クリアビーズ」  	2020年「ムシューダ ダニよけ」 	2018年「ドライベツトクリア」 	2022年 ペット用 「エステー ペツト」 
2020年 エステートレーディング(株)をエステーPRO(株)へ 社名変更	2020年 消臭芳香剤 「消臭力 DEOX」 			
2021年 ZETA S.R.L.(イタリア)売却 2022年 シャルダン(フィリピン)売却	2023年 消臭芳香剤 「消臭力PremiumAroma For Sleep 寝室用」 			
2023年 (株)コードミー買収(上月社長)	2024年「ムシューダNOTE」 			